



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2006

Wenn Konsumenten und Konsumentinnen Konsumprodukte nach ihrer Umweltfreundlichkeit beurteilen

Tanner, Carmen

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-204551>

Journal Article

Published Version

Originally published at:

Tanner, Carmen (2006). Wenn Konsumenten und Konsumentinnen Konsumprodukte nach ihrer Umweltfreundlichkeit beurteilen. GAIA, 15(3):215-220.

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/232095873>

Wenn Konsumenten und Konsumentinnen Konsumprodukte nach ihrer Umwelt-freundlichkeit beurteilen.

Article in GAIA - Ecological Perspectives on Science and Society · January 2006

CITATIONS

0

READS

198

1 author:



Carmen Tanner

Zeppelin University & University of Zurich

66 PUBLICATIONS 1,948 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Corporate Ethical Culture - Compliance and Integrity [View project](#)



Framing [View project](#)

Wenn Konsumentinnen und Konsumenten die Umweltverträglichkeit von Lebensmitteln beurteilen

Ergebnisse experimenteller Studien

Warum wählen ökologisch motivierte Konsumentinnen¹, die über die ökologisch relevanten Produkteigenschaften Bescheid wissen, trotzdem Lebensmittel, die nicht umweltschonend sind? Ökologische Urteile sind in hohem Maße abhängig vom Bewertungskontext.

Carmen Tanner

When Consumers Judge the Environmental Significance of Food Products

Results of Experimental Studies

GAIA 15/3 (2006): 215–220

Abstract

Consumers can make a contribution to sustainable development by showing a demand for green products. Ideally, for choosing a product, a consumer would pay attention to the product's values on all environmentally relevant dimensions, which include: agricultural practice, transport distances, packaging, and conservation practices. How do people deal with such a challenge? The experiments reported in this paper explore the environmental evaluations of food products that people make when presented with information about environmentally significant dimensions. The results show that environmental judgments are affected by the way in which a particular product is presented, i.e., whether a given product is presented and evaluated separately (separate evaluation mode) or whether it is presented within a set of other product alternatives and evaluated side by side (joint evaluation mode). Because consumers are highly susceptible to influences of context, they may sometimes arrive at erroneous conclusions about which products are environmentally friendly and which are not. As a consequence, despite their intentions to buy environmentally-friendly products, consumers may, in the end, purchase products that are not environmentally friendly.

Keywords

consumer behavior, consumer decisions, consumer judgment, decision making, ecological consumption, environmental judgment, food products

Konsumentinnen können einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten, indem sie ökologische² Nahrungsmittel kaufen. Tatsächlich hat in den letzten Jahren nicht nur das Umweltbewusstsein der Konsumentinnen zugenommen, sondern auch das Angebot an ökologischen Lebensmitteln. Trotzdem bringen umweltverträgliche Produkte nicht den gewünschten Absatz. Das klingt wie eine Neuauflage der „Kluft“ zwischen Umweltbewusstsein und Handeln.

Der vorliegende Beitrag basiert auf einer alternativen Sichtweise ökologischen Handelns, die davon ausgeht, daß menschliche Handlungsspielräume begrenzt sind: der *ipsativen Handlungstheorie* (Frey und Foppa 1986, Tanner 1998, 1999). Die ipsative Handlungstheorie unterscheidet zwischen einem objektiven und einem ipsativen (selbstbezogenen) Möglichkeitsraum. Während die in einer Situation tatsächlich möglichen Handlungsalternativen den objektiven Handlungsspielraum darstellen, bilden diejenigen Optionen, welche einer Person in der Situation bewußt sind („in den Sinn kommen“), den ipsativen Möglichkeitsraum. Für die Initiierung von Handeln ist nur der ipsative Möglichkeitsraum ausschlaggebend. Aus diesem Ansatz wurden interessante Fragestellungen für die Umweltschutzforschung abgeleitet, indem weniger den Ursachen für erfolgtes ökologisches Handeln als vielmehr denen für das *Ausbleiben ökologischen Handelns* nachgegangen wird. Vor diesem Hintergrund gibt es mindestens drei Gründe, warum umweltbewußtes Handeln unterbleibt: 1. Die Unterlassung ökologischen Handelns könnte trivialerweise darauf zurückzuführen sein, daß die Möglichkeiten dazu gar nicht vorhanden sind: Situative Barrieren wie etwa fehlende Verfügbarkeit ökologischer Produkte beschränken den objektiven Handlungsspielraum. 2. Ein weiterer Grund könnte darin bestehen, daß gegen

>

Kontakt: Prof. Dr. Carmen Tanner | Universität Zürich | Psychologisches Institut | Kognitive Sozialpsychologie | Binzmühlestr. 14/18 | CH-8050 Zürich | Tel.: +41 44 6344126 | Fax: +41 44 6344179 | E-Mail: c.tanner@psychologie.unizh.ch

1 Der Artikel befaßt sich mit dem Handlungsfeld Ernährung, in dem die Einkaufsentscheidungen mehrheitlich von Frauen getroffen werden.

Im Text wird daher die weibliche Form verwendet, wobei stets weibliche wie auch männliche Personen gemeint sind.

2 Entsprechend dem Sprachgebrauch in den Experimenten steht „ökologisch“ in diesem Artikel für „umweltverträglich“.

ökologisches Handeln entschieden wird. Dies kann mit Faktoren wie dem Preis, dem Geschmack oder dem Zubereitungsaufwand zusammenhängen. Auch fehlendes Wissen oder fehlende Motivation könnte dazu beitragen. 3. Daneben kann ökologisches Handeln unterbleiben, weil der Person ökologische Handlungsoptionen im entscheidenden Moment gar nicht „in den Sinn kommen“ (ipsativer Möglichkeitsraum). Dies kann etwa bedeuten, eine Konsumentin *realisiert gar nicht*, daß es sich bei einem Produkt um eine ökologische Alternative handelt. Man kann durchaus ökologisch einkaufen wollen, sich jedoch bei der Produktbeurteilung täuschen. Dieser Aspekt fand bislang wenig Beachtung.

Konkret geht es um folgende hypothetische Situation: Eine Konsumentin ist in einem Lebensmittelgeschäft und möchte möglichst ökologische Lebensmittel einkaufen. Dafür muß sie eine Vorstellung darüber haben, ob es sich bei den gegebenen Produktalternativen um ökologische oder nicht ökologische Lebensmittel handelt.

Ökologisch relevante Produktdimensionen

Die Frage, ob Konsumentinnen in der Lage sind, ökologische Lebensmittel als solche zu identifizieren, setzt einen Konsens darüber voraus, welche Lebensmittel als umweltverträglich gelten können. Die Umweltverträglichkeit ist nicht eine direkt wahrnehmbare Eigenschaft (wie die Farbe), sondern muß aus verschiedenen Produktmerkmalen abgeleitet werden. Eine Ökobilanz von Schweizer Lebensmitteln (Jungbluth 2000) ergab, daß folgende Produktdimensionen wichtige Determinanten der Umweltverträglichkeit von Lebensmitteln sind: *Produktion* (saisongerechter, biologischer vs. konventioneller Anbau; tiergerechte Produktion), *Herkunft*, *Verpackung* und *Konservierung*. Vereinfacht läßt sich sagen,

Ob der Kauf bestimmter Möhren ökologisch empfehlenswert ist, sieht man ihnen nicht an. Umweltbewußtes Einkaufen ist mit multidimensionalen Entscheidungen verbunden.

daß ökologisches Einkaufen mit der Bevorzugung inländischer, saisonaler, frischer, unverpackter, nicht tiefgekühlter Lebensmittel und solcher aus biologischer, tiergerechter Produktion einhergeht. Im Idealfall müßte eine Konsumentin all diese Dimensionen in Betracht ziehen.

Ökolabels reichen als Informationsquelle nicht aus, um zwischen ökologischen und nicht ökologischen Lebensmitteln zu unterscheiden: Sie informieren häufig nur über eine Dimension. So sagt das schweizerische Label „Knospe“ nur etwas über die Produktion aus. Es signalisiert den Konsumentinnen, daß ein Lebensmittel aus biologischem Landbau und/oder kontrollierter Freilandhaltung stammt, sagt jedoch beispielsweise nichts über die durch den Transport verursachten Umweltbelastungen. Ein Bioprodukt aus Übersee kann aber ökologisch schädlicher sein als ein regionales Produkt aus konventionellem Anbau. Sich nur auf ein Produktmerkmal zu stützen, kann also in die Irre führen.

Eine plausible praktische Folgerung wäre: Man muß Konsumentinnen über die relevanten Produktdimensionen informieren. Wie wir später sehen werden, genügt Informationsvermittlung jedoch nicht. Um ökologisches Handeln zu fördern, muß man wissen, wie Menschen mehrdimensionale Entscheidungen treffen. In diesem Beitrag zeige ich, daß es für Konsumentinnen trotz Wissen schwierig sein kann, ökologische Produkte als solche zu identifizieren. Dafür sind Prozesse der menschlichen Informationsverarbeitung verantwortlich. Solche Prozesse werden in der empirischen psychologischen Forschung untersucht. Die Problematik der Gewichtung zwischen den Dimensionen spielt dabei ebenso eine Rolle wie die Instabilität von Urteilen: Psychische Mechanismen sind verantwortlich dafür, daß ein Lebensmittel von derselben Person einmal als umweltverträglich und ein anderes Mal als nicht umweltverträglich wahrgenommen werden kann.

Instabilität von Präferenzen und Urteilen: Kontexteinflüsse

Die Untersuchung von Urteils- und Entscheidungsprozessen ist ein zentraler Forschungsbereich der Kognitiven Psychologie und der Sozialpsychologie (Baron 1994, Jungermann et al. 2005, Martin und Tesser 1992, Schwarz und Böhner 2001, Kahneman und Tversky 2000). Die Forschung zeigt, daß Präferenzen und Urteile häufig erst in der Situation „konstruiert“ werden. Grundlagen für Entscheidungen sind demzufolge nicht feststehende, stabile Größen im Gedächtnis, sondern werden immer neu generiert. Auf diesen Prozeß können verschiedenste Faktoren Einfluß nehmen. Dazu gehören auch Merkmale der Situation, in welcher Urteile gefällt und Entscheidungen getroffen werden. Solche Kontexteinflüsse werden selten bewußt wahrgenommen und können im Extremfall sogar dazu führen, daß sich Präferenzen umkehren (*preference reversal*). Umkehreffekte sind die deutlichsten Belege für die Instabilität von Präferenzen und Urteilen. Sie stehen im krassen Widerspruch zu Axiomen, wonach Menschen rationale Entscheider sind und stabile Präferenzen haben.



© Thomas Heinze

Kontrast- und Assimilationseffekt

Die Wahrnehmungsforschung kennt folgendes Phänomen: Ein Kreis erscheint groß, wenn er von kleinen Kreisen umgeben ist. Derselbe Kreis erscheint jedoch klein, wenn er von großen Kreisen umgeben ist. Je nach Vergleichsgrundlage nehmen wir ein und dieselbe Sache unterschiedlich wahr. Analoge Effekte findet man auch in der Urteilsbildung (Martin und Tesser 1992, Schwarz und Böhner 2001): Ein Produkt wirkt attraktiver vor dem Hintergrund weniger attraktiver Produkte. Dasselbe Produkt wirkt unattraktiver vor dem Hintergrund attraktiverer Produkte (Felscher 2001, Stapel et al. 1998). Diese Distanzierung eines Urteils von einem vorangegangenen Inhalt wird als *Kontrasteffekt* bezeichnet.

Der *Assimilations-* oder *Angleichungseffekt* dagegen beschreibt den umgekehrten Vorgang, nämlich die Angleichung eines Urteils an einen vorangegangenen Inhalt. So versucht die Werbung, anhand ihrer Präsentationen Angleichungseffekte zu erreichen, indem mit einer angenehmen Umgebung ein Kontextreiz geschaffen wird, der ein Produkt in ein positives Licht rücken soll.

Der Einfluß von Kontext kann also unterschiedliche Richtungen haben und zwischen Kontrast und Angleichung schwanken. Weitere Kontexteigenschaften, die diese Richtung beeinflussen können, werden im folgenden beschrieben.

Evaluationsmodus

Urteile und Entscheidungen sind auch davon abhängig, ob ein Produkt einzeln oder im Vergleich mit mehreren anderen Produkten beurteilt wird. Nehmen wir an, eine Konsumentin möchte Bohnen kaufen. In einem Geschäft findet sie ausschließlich tiefgekühlte Bohnen. In einem anderen dagegen stehen neben tiefgekühlten auch frische sowie Konservenbohnen zur Auswahl. In beiden Fällen soll die Umweltverträglichkeit der tiefgekühlten Bohnen eingeschätzt werden.

Gemäß Hsee und Leclerc (1998) unterscheiden sich diese beiden Situationen darin, daß die Person sich in unterschiedlichen *Evaluationsmodi* befindet. Bei der Aufgabe, Produkte unabhängig von anderen Produktalternativen zu bewerten, ist die Person im *separaten Evaluationsmodus* (SE-Modus). Werden Produkte gemeinsam mit anderen Produktalternativen dargeboten, spricht man vom *gemeinsamen Evaluationsmodus* (GE-Modus). Hsee und Leclerc haben gezeigt, daß unterschiedliche Evaluationsmodi zu Umkehrungen bei Attraktivitätsurteilen über Konsumprodukte wie auch bei Präferenzen in Kaufentscheidungen führen können.

Die beiden Evaluationsmodi gehen mit unterschiedlichen Informationsverarbeitungsprozessen einher. Was sich ändert, wenn ein Produkt einzeln oder im Kontext mehrerer Produktalternativen bewertet wird, ist die Vergleichsgrundlage. Müssen Personen im SE-Modus beurteilen, ob ein Produkt eher ökologisch oder eher unökologisch ist, wird automatisch der Bezug zu einem im Gedächtnis gespeicherten *Standard* oder einer *Referenzgröße* hergestellt (Barsalou 1985, Medin et al. 1995, Schwarz und Bless 1992). Solche Standards können gelernte Informationen darüber sein, welche Merkmale ein ökologisches Produkt aufweisen sollte und welche nicht. Idealisierte ökologische Normen wären etwa: Bohnen sollten frisch und unverpackt sein und aus Bioproduk-

tion kommen (positiver Standard) oder sollten nicht tiefgekühlt und nicht importiert sein (negativer Standard). Nach Schwarz und Bless (1992) oder Stapel et al. (1998) erzeugen Vergleichsstandards (*standards of comparison*) Kontrasteffekte: Ein Produkt wird positiver beurteilt, wenn es mit einem negativen Standard verglichen wird. Das Produkt erscheint in einem negativeren Licht, wenn es in Relation zu einem positiven Standard bewertet wird.

Wenn Personen dagegen im GE-Modus beurteilen, wie ökologisch ein Produkt ist, stehen Vergleiche zwischen den in der Situation gegebenen Alternativen im Vordergrund. Nach Helson (1964) und Upshaw (1978) konstruieren Personen zu diesem Zweck automatisch und implizit eine subjektive Skala, auf der die Produkte in eine Reihenfolge gebracht werden. Diese Skala dient dann als Bewertungsgrundlage für die einzelnen Produkte. Sind beispielsweise fünf Produktalternativen vorgegeben, wird eine Person diese fünf Alternativen auf eine Skala von sehr ökologisch bis sehr unökologisch übertragen mit den extremsten Alternativen an beiden Enden der Skala. Diese Endpunkte der Skala dienen als positive oder negative Referenzgröße. Ob die Beurteilung eines Produktes nun günstig oder ungünstig ausfällt, wird von mindestens zwei Bedingungen beeinflusst.

Zum einen spielt eine Rolle, ob die Person bei der Urteilsbildung vom positiven (positive Referenz) oder negativen Ende (negative Referenz) der Skala ausgeht. Die Ankertheorie (Tversky und Kahneman 1974) sagt vorher, daß ein Produkt positiver beurteilt wird, wenn das positive Ende der Skala als Vergleichsstandard herangezogen wird: der gewählte Endpunkt der Skala dient als Ausgangswert (Anker). Solche Anker führen zu einer Verzerrung nachfolgender Urteile dahingehend, daß die subjektiven Urteile an den Anker angenähert werden. Dasselbe Produkt wird negativer bewertet, wenn das negative Skalenende als Anker dient. Die Ankertheorie beschreibt einen Spezialfall des Assimilationseffekts.

Zum anderen ist anzunehmen, daß die Urteilsbildung im GE-Modus durch die Anzahl der Produktalternativen beeinflusst wird. Nach den Theorien von Upshaw (1978) und Helson (1964) bewirkt eine Vermehrung der Produktalternativen auch eine Ausdehnung der subjektiven Skala, auf der die Alternativen positioniert werden. Beide Ansätze sagen voraus, daß durch eine Erweiterung der Skala an einem Ende die Beurteilung eines Produktes in die Gegenrichtung versetzt wird (Kontrasteffekt).

Experimente

In zwei Experimenten untersuchten wir, wie ein Nahrungsmittel in bezug auf seine Umweltverträglichkeit eingeschätzt wird, wenn es einzeln (SE-Modus) oder in Relation zu mehreren anderen Produkten (GE-Modus) beurteilt wird. Die Experimente und ihre Ergebnisse sind an anderer Stelle ausführlich beschrieben (Tanner eingereicht, Tanner und Jungbluth 2003). Die Annahmen waren, daß das Urteilen anhand mehrerer Dimensionen auch bei korrekter Information fehleranfällig ist und daß selbst identische Lebensmittel in verschiedenen Situationen unterschiedlich eingeschätzt werden.

Design und Hypothesen

Die Aufgabe bestand darin, verschiedene Lebensmittel hinsichtlich deren Umweltverträglichkeit einzuschätzen. Im ersten Experiment wurde untersucht, wie die Nahrungsmittel im SE-Modus beurteilt werden. Dabei wurde systematisch variiert, ob ökologisch positive oder negative Standards als Vergleichsgrundlage herangezogen wurden. In Anlehnung an die bisherige Forschung erwarteten wir Kontrasteffekte: Ein Lebensmittel sollte ökologisch negativer eingeschätzt werden, wenn es in Relation zu einem positiven Standard bewertet wird, und positiver, wenn es im Vergleich zu einem negativen Standard bewertet wird.

Im zweiten Experiment untersuchten wir, wie Lebensmittel im GE-Modus beurteilt werden. Neben den Referenzgrößen (positiver oder negativer Anker) wurde in diesem Experiment auch die Anzahl der vorgegeben Alternativen variiert. Den Teilnehmerinnen wurden entweder drei oder fünf Produktalternativen vorgegeben, wobei die zusätzlichen Varianten tendenziell weniger ökologisch waren. Wir erwarteten, daß ein Lebensmittelprodukt dann im Kontext von fünf Alternativen positiver beurteilt würde als im Kontext von dreien.

Insgesamt nahmen 264 Personen an den Experimenten teil (203 Frauen, 61 Männer, 19 bis 55 Jahre alt). Die Zuordnung der Teilnehmerinnen zu den Versuchsbedingungen erfolgte in beiden Experimenten zufällig.

Methode

In beiden Experimenten bestand die Aufgabe darin, eine Vielzahl von Gemüseprodukten hinsichtlich ihrer Umweltverträglichkeit einzuschätzen. Die Beurteilung erfolgte entweder einzeln (Experiment 1) oder im Kontext mehrerer Produktalternativen (Experiment 2). Die Teilnehmerinnen arbeiteten am Computer. Die einzelnen Lebensmittel wurden anhand der ökologisch wichtigen Dimensionen (Produktion, Herkunft, Konservierung, Verpackung) beschrieben. Für unsere Zwecke wurden pro Dimension jeweils drei Ausprägungen berücksichtigt (siehe Tabelle).

Die Aufgabe, Lebensmittel nach ihrer Umweltverträglichkeit einzuschätzen, ist multidimensional; Informationen über verschiedene ökologisch relevante Produktdimensionen müssen mit-

TABELLE: Umweltrelevante Dimensionen von Lebensmitteln und berücksichtigte Ausprägungen. Die Ausprägungen von links nach rechts gehen einher mit zunehmender Umweltbelastung.

ökologisch wichtige Dimensionen		Ausprägungen <i>Umweltbelastung</i>	
			➔
Produktion	biologisch ^a	integrierte Produktion (IP), Freiland ^b	Treibhaus
Herkunft	lokale Region	Schweiz	Europa
Verpackung	Offenverkauf	in Konservendosen	in Gläsern
Konservierung	frisch	gekühlt	gefroren

a Bedeutet in der Schweiz vollständigen Verzicht auf Kunstdünger, Pestizide und Treibhausproduktion.
b Produktionsart in der Schweiz, die teilweise auf Kunstdünger und Pestizide verzichtet.

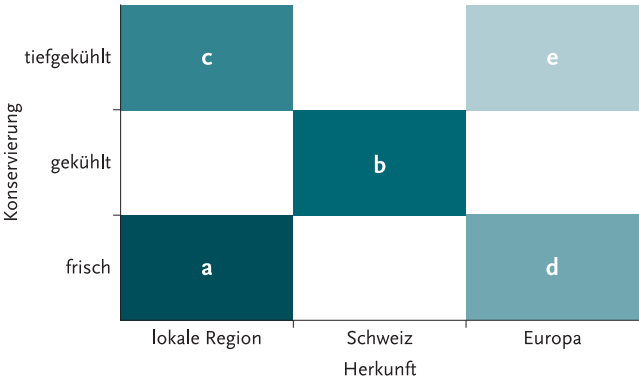


ABBILDUNG 1: Beispiel eines Sets von Lebensmitteln, die auf den Dimensionen Konservierung und Herkunft variieren. a ist das umweltfreundlichste, e das umweltschädlichste Produkt (gemäß Ökobilanz).

einander verknüpft werden. Um diese Aufgabe zu vereinfachen, wurden die konkreten Alternativen nur auf jeweils zwei der vier ökologisch relevanten Produktdimensionen beschrieben. Für jede Kombination zweier Dimensionen (zum Beispiel Konservierung und Herkunft; Produktion und Verpackung; Konservierung und Produktion) wurde ein Set von fünf Produkten zusammengestellt, die in unterschiedlichem Maße umweltbelastend sind (gemäß Ökobilanz). Abbildung 1 zeigt ein solches Set von Lebensmitteln anhand der Dimensionen Konservierung und Herkunft. Lebensmittel a (in diesem Set durch die Merkmale „frisch, lokale Region“ beschrieben) ist die ökologisch beste Alternative, Lebensmittel e (in diesem Set durch die Merkmale „tiefgekühlt, aus Europa importiert“ beschrieben) die schlechteste.

In einer ersten Phase wurden die Teilnehmerinnen über die ökologisch relevanten Produktdimensionen aufgeklärt. Zusätzlich erhielten sie Informationen darüber, welche auf dem Lebensmittelmarkt verfügbaren Produktalternativen aus ökologischer Sicht beste oder schlechteste seien. Diese Produktbeispiele dienten als positiver (zum Beispiel Bohnen „frisch, aus Freiland-

BOX: Aufgabe, bei der die Umweltverträglichkeit von Lebensmitteln eingeschätzt werden mußte

Sie wollen *Bohnen* einkaufen.
Bitte beurteilen Sie nun alle einzelnen Alternativen.
Wie ökologisch ist jede Produktalternative Ihrer Meinung nach?

Bohnen aus der Region, tiefgekühlt
sehr unökologisch 1 2 3 4 5 6 7 8 9 sehr ökologisch

Bohnen frisch/ungekühlt, aus der Region
sehr unökologisch 1 2 3 4 5 6 7 8 9 sehr ökologisch

Bohnen gekühlt, aus der Schweiz
sehr unökologisch 1 2 3 4 5 6 7 8 9 sehr ökologisch

Bohnen tiefgekühlt, aus Europa
sehr unökologisch 1 2 3 4 5 6 7 8 9 sehr ökologisch

Bohnen aus Europa, frisch/ungekühlt
sehr unökologisch 1 2 3 4 5 6 7 8 9 sehr ökologisch

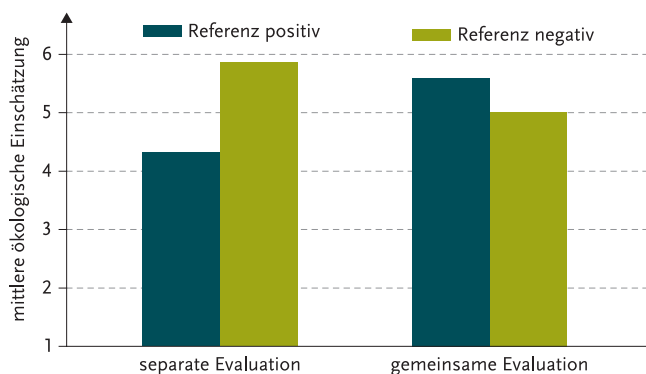


ABBILDUNG 2: Interaktion zwischen Evaluationsmodus und Referenzgröße in ihrer Wirkung auf die ökologische Einschätzung von Lebensmitteln auf einer Skala von 1 bis 9: Wird ein Produkt einzeln betrachtet (separate Evaluation, SE-Modus), bewirkt die gewählte Referenzgröße (Standard) einen Kontrasteffekt: Bohnen „tiefgekühlt, aus der Region“ werden im SE-Modus als weniger ökologisch eingeschätzt, wenn als Referenz Bohnen „frisch, aus der Region“ herangezogen werden. Im Kontext mehrerer Alternativen (gemeinsame Evaluation, GE-Modus) wirkt der Standard als Anker (Angleichungs- oder Assimilationseffekt): Dieselben Bohnen werden im GE-Modus als ökologischer beurteilt, wenn als Referenz für die Einschätzung Bohnen „frisch, aus der Region“ dienen.

produktion“) oder negativer (zum Beispiel Bohnen „tiefgekühlt, aus dem Treibhaus“) Standard (Referenzgröße). Im zweiten Experiment fielen die guten oder schlechten Referenzgrößen mit den positiven oder negativen Skalenenden zusammen. In der nächsten Phase wurden auf dem Bildschirm konkrete Produktbeschreibungen präsentiert. Die einzelnen Nahrungsmittel wurden jeweils auf einer neunstufigen Skala (von sehr unökologisch bis sehr ökologisch) eingestuft. Die Box zeigt eine Aufgabe im GE-Modus (Experiment 2). Die Einschätzung erfolgte im Kontext von drei oder fünf Alternativen, wobei die Auswahl am „unökologischeren“ Ende erhöht wurde.

Ergebnisse

Die Experimente bestätigen, daß die Einschätzung der Umweltverträglichkeit von Nahrungsmitteln in hohem Maße fehleranfällig und instabil ist.

Fehler in der Rangfolge der Produkte

Informationen über die verschiedenen Produktdimensionen werden nicht notwendigerweise in einer Art und Weise integriert, daß daraus ökologisch korrekte Urteile folgen (siehe dazu ausführlicher Tanner und Jungbluth 2003). Vergleiche der Einschätzungen der Teilnehmerinnen mit Ökobilanzergebnissen zeigten eine Fehlerquote von etwa 51 Prozent.

Kontexteinflüsse

Wie variabel die Einschätzung von Lebensmitteln sein kann, zeigt sich am deutlichsten, wenn wir die Resultate zum SE- und GE-Modus direkt miteinander vergleichen.

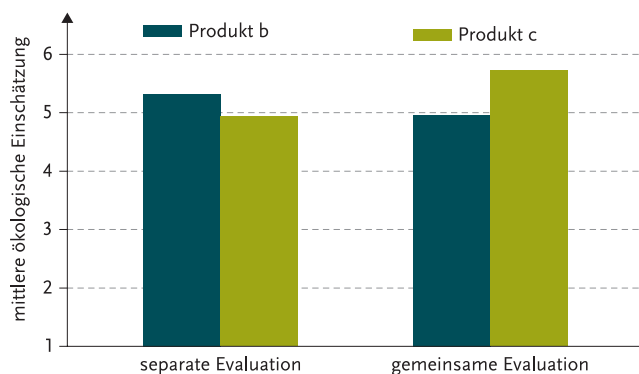


ABBILDUNG 3: Interaktion zwischen Evaluationsmodus und betrachteter Produktalternative. Im SE-Modus wird Produkt b als ökologischer eingeschätzt als Produkt c, was mit den Ökobilanz-Ergebnissen übereinstimmt. Im GE-Modus kehrt sich diese Reihenfolge um. (Zu den Produktalternativen und den Evaluationsmodi siehe Abbildungen 1 und 2.)

Die Analysen ergaben eine signifikante Interaktion, eine gegenseitige Beeinflussung der Wirkungen von Evaluationsmodus (SE versus GE) und Referenzgröße (ökologisch positiver versus ökologisch negativer Standard) (1% Signifikanzniveau): Der Einfluß eines Kontextfaktors (Referenzgröße) kehrte sich in Abhängigkeit von einem anderen Kontextfaktor (Evaluationsmodus) um.

Abbildung 2 gibt die mittlere Einschätzung der Umweltverträglichkeit derjenigen Produktalternativen wieder, die sowohl im SE- als auch im GE-Modus eingestuft wurden. Im SE-Modus wurden Lebensmittel als weniger ökologisch wahrgenommen, wenn sie mit einem positiven Standard verglichen wurden (Mittelwert 4,32), und als ökologischer, wenn sie mit einem negativen Standard verglichen wurden (Mittelwert 5,86). Im GE-Modus passierte das Umgekehrte (Mittelwerte 5,01 und 5,60): Ein Produkt, das an einem positiven Standard gemessen wurde, wurde als ökologischer wahrgenommen, ein mit einem negativen Standard verglichenes als weniger ökologisch.

Zusätzlich wurden die Einschätzungen von der Anzahl verfügbarer Alternativen beeinflusst (1% Signifikanzniveau): Dieselben Lebensmittel wurden tendenziell als ökologischer wahrgenommen, wenn sie in einer nach „unten“ erweiterten Reihe von fünf (Mittelwert 6,66) statt in einer Reihe von drei Produktalternativen (Mittelwert 6,28) beurteilt wurden.

Die hohe Variabilität in der Einschätzung der Nahrungsmittel kann sogar zu Umkehrereffekten in der Reihenfolge der Produktalternativen führen (*preference reversal*): Die Analysen ergaben auch eine signifikante Interaktion zwischen Evaluationsmodus und betrachteter Produktalternative in ihrer Wirkung auf die ökologische Beurteilung (1% Signifikanzniveau). Dies veranschaulicht Abbildung 3, die die Einschätzung zweier Produktalternativen (Produkt b und c: Durchschnitte aller ökologisch zweit- und drittbesten Alternativen, siehe auch Abbildung 1) im SE- und GE-Modus wiedergibt. Während im SE-Modus Produkt b in Übereinstimmung mit der Ökobilanz als ökologischer eingestuft wird als Produkt c (Mittelwerte 5,29 und 4,95), kehrt sich diese Reihenfolge im GE-Modus um (Mittelwerte 4,97 und 5,71).

Diskussion

Die Untersuchungen bestätigen, daß subjektive Einschätzungen der Umweltverträglichkeit von Lebensmitteln in hohem Maße kontextspezifisch sind. Daraus können sich wichtige Konsequenzen für das Kaufverhalten ergeben: Eine Konsumentin, die beabsichtigt, möglichst ökologisch einzukaufen, wird im einen Fall zum Schluß kommen, daß ein Produkt eher ökologisch ist, im anderen Fall zu dem, daß es eher unökologisch ist.

Im Dienste der ökologischen Nachhaltigkeit müßten wir daran interessiert sein, daß Konsumentinnen sich nicht durch subtile Kontexteinflüsse beeinflussen lassen und daß sie korrekt identifizieren, welche Lebensmittel umweltverträglich sind. Es reicht nicht, Konsumentinnen darüber zu informieren, welches ökologisch wichtige Produktdimensionen sind. Die Integration der Dimensionen ist zu kompliziert, als daß Konsumentinnen beim Einkaufen selbstverständlich zu ökologisch korrekten Schlüssen kämen. Ferner zeigen unsere Befunde, daß solche Urteile durch situative Faktoren beeinflusst werden, die mit dem eigentlichen Gegenstand gar nichts zu tun haben.

Wie ließe sich ökologisches Konsumverhalten fördern? Eine mögliche Strategie, die die genannten Probleme mindestens reduzieren könnte, wäre folgende: Anstatt über einzelne Dimensionen zu informieren, die zu einem Gesamturteil zu integrieren sind, sollte man Informationen zu sämtlichen relevanten Dimensionen in einem Label und/oder einer klaren Einordnung auf einer Skala von ökologisch bis unökologisch zusammenfassen (ähnlich den Energieverbrauchsangaben für Haushaltsgeräte). Dies würde zum einen den Befunden der Ökobilanzen gerecht, wonach mehrere Aspekte einzubeziehen und korrekt untereinander zu gewichten sind, um abzuschätzen, ob es sich um ein ökologisches oder nicht ökologisches Produkt handelt. Zum anderen bestünde ein wichtiger Vorteil darin, daß Konsumentinnen nicht selbst ein Urteil über die Umweltverträglichkeit des Lebensmittels basierend auf einzelnen Produktdimensionen konstruieren müßten, sondern sich auf ein externes Urteil beziehen könnten. Eigene Einschätzungen sind, wie dargelegt wurde, instabil und anfällig für situative Einflüsse.

Literatur

- Baron, J. 1994. *Thinking and deciding*. 2. Auflage. New York: Cambridge University Press.
- Barsalou, L. W. 1985. Ideals, central tendency, and frequency of instantiation as determinants of graded structure in categories. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition* 11/4: 629–654.
- Felser, G. 2001. *Werbe- und Konsumentenpsychologie*. 2. Auflage. Heidelberg: Spektrum.
- Frey, B. S., K. Foppa. 1986. Human behavior: Possibilities explain action. *Journal of Economic Psychology* 7/2: 137–160.
- Helson, H. 1964. *Adaptation-level theory: An experimental and systematic approach to behavior*. New York: Harper and Row.
- Hsee, C. K., F. Leclerc. 1998. Will products look more attractive when presented separately or together? *Journal of Consumer Research* 25: 175–186.
- Jungbluth, N. 2000. Environmental consequences of food consumption: A modular life cycle assessment to evaluate product characteristics. *The International Journal of Life Cycle Assessment* 5/3: 143–144.
- Jungermann, H., H.-R. Pfister, K. Fischer. 2005. *Die Psychologie der Entscheidung*. 2. Auflage. Heidelberg: Spektrum.
- Kahneman, D., A. Tversky. 2000. *Choices, values, and frames*. New York: Russell Sage Foundation.
- Martin, L. L., A. Tesser. 1992. *The construction of social judgments*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Medin, D. L., R. L. Goldstone, A. B. Markman. 1995. Comparison and choice: Relations between similarity processes and decision processes. *Psychonomic Bulletin & Review* 2/1: 1–19.
- Schwarz, N., H. Bless. 1992. Constructing reality and its alternatives: An inclusion/exclusion model of assimilation and contrast effects in social judgment. In: *The construction of social judgments*. Herausgegeben von L. L. Martin, A. Tesser. Hillsdale, NJ: Erlbaum. 217–245.
- Schwarz, N., G. Böhner. 2001. The construction of attitudes. In: *Blackwell handbook of psychology. Volume 1: Intraindividual processes*. Herausgegeben von A. Tesser, N. Schwarz. Oxford: Blackwell. 436–457.
- Stapel, D. A., W. Koomen, A. S. Velthuisen. 1998. Assimilation or contrast? Comparison relevance, distinctness, and the impact of accessible information on consumer judgments. *Journal of Consumer Psychology* 7/1: 1–24.
- Tanner, C. 1998. Die ipsative Handlungstheorie: Eine alternative Sichtweise ökologischen Handelns. *Zeitschrift für Umweltpsychologie* 2: 34–44.
- Tanner, C. 1999. Constraints on environmental behavior. *Journal of Environmental Psychology* 19/2: 145–157.
- Tanner, C. Eingereicht. *Context effects in environmental judgments: Assimilation and contrast effects in separate and joint evaluation mode*.
- Tanner, C., N. Jungbluth. 2003. Evidence for the coincidence effect in environmental judgments: Why isn't it easy to correctly identify environmentally friendly food products? *Journal of Experimental Psychology: Applied* 9/1: 3–11.
- Tversky, A., D. Kahneman. 1974. Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science* 185: 1124–1131.
- Upshaw, H. S. 1978. Social influence on attitudes and on anchoring of congeneric attitude scales. *Journal of Experimental Social Psychology* 14/4: 327–339.

Eingegangen am 18. November 2005; überarbeitete Fassung
angenommen am 23. Dezember 2005.



Carmen Tanner

Geboren 1965 in Olten, Kanton Solothurn.
Studium der Psychologie und Soziologie an der Universität Bern; 1995 Promotion in Psychologie.
Lehr- und Forschungstätigkeiten an den Universitäten Bern, Fribourg und Zürich.
Leiterin mehrerer Forschungsprojekte des Schweizerischen Nationalfonds. 2000 bis 2003 Forschungsaufenthalt an der Northwestern University, Illinois, USA. Seit 2004 Förderungsprofessorin des Schweizerischen Nationalfonds am Psychologischen Institut der Universität Zürich; 2006 Habilitation.